

Слухи как социальное явление

Современное общество часто характеризуется как информационное, в котором исключительную роль приобретают коммуникации. Современный индивид включен в различные коммуникационные потоки и сети, которые конструируют его повседневность. Коммуникационная насыщенность повседневности индивида во многом определяет его жизненные стратегии, что актуализирует вопросы изучения вопросов «коммуникаций», в том числе и в разрезе их структурно-видового разнообразия. Слухи являются предметом изучения таких наук, как социология, социальная психология, философия, социальная философия, нейролингвистика, социоллингвистика и др.

Слухи — это специфический вид неформальной межличностной коммуникации, в процессе которой сюжет, до известной степени отражающий некоторые реальные или вымышленные события, становится достоянием обширной диффузной аудитории. Иначе говоря, слух — это сообщение о некоторых событиях, официально не подтвержденных, устно передающееся в массе людей. Слухи касаются важных для определенной социальной группы явлений, отвечают направленности ее потребностей и интересов.

Слухи представляют значительный интерес специалистов по PR и избирательных технологий, поскольку они позволяют передавать разную по содержанию информацию. Слухи являются универсальным средством воздействия. Например, в избирательной кампании, если конкуренты берут под свой контроль почти все СМИ, слухи могут остаться одним из основных способов передачи информации избирателям. Нередко они становятся наиболее сильными средствами коммуникации, поскольку распространяются быстрее, чем официальная информация, и более влиятельны, чем обычные СМИ.

В современных условиях манипуляция электоральным поведением в ходе выборных кампаний приобрела открытый и целенаправленный характер. Политическая борьба существовала во все времена, а вместе с ней и технологии, склоняющие выбор общественности в ту или иную сторону. Развитие науки, смена политического строя, изменение ценностей способствовали разработке все новых способов манипуляции человеческим сознанием и коснулись практически всех сфер жизни общества.

Все разнообразие производимых над информацией операций можно сгруппировать по нескольким параметрам:

- Искажение информации варьирует от откровенной лжи до частичных деформаций, таких как подмен фактов или смещение по семантическому полю понятия.
- Утаивание информации в наиболее полном виде проявляется в умолчании — сокрытии определенных тем. Гораздо чаще используется метод частичного освещения или избирательной подачи материала.

Со слухами человек сталкивается повсеместно, поскольку в ходе совместной деятельности люди обмениваются информацией. Со времен первых государств, письменности и документов слухи выделились в самостоятельную категорию сообщений и начали использоваться в целях идеологической и политической борьбы.

В истории существует немало примеров влияния слухов на общественное сознание и ситуацию. Так, в 1918 году мятеж чехословацкого корпуса был спровоцирован слухами о том, что большевики посадят солдат корпуса в концлагерь или выдадут немцам.

Долгое время слухи не вызывали интереса со стороны ученых. В 1920-30 годы западные исследователи оценили их роль в формировании психологии масс, управлении поведением и стали изучать закономерности их распространения. Проблема слухов оказалась в поле внимания исследователей и в связи с необходимостью внедрения печати в деревне, остававшейся еще в значительной степени неграмотной. В СССР в то же время слухи превратились в активное оружие недобитых врагов советской власти. Они преднамеренно распространяли вымыслы о «божьей каре» за чтение журнала «Безбожник», о «моровой язве» в виде малярийной эпидемии, о тракторах, «от которых земля пропитается керосином и родить не будет». Каждое сколько-нибудь значимое событие — нота Керзона, убийство Воровского, конфликт на КВЖД — становилось отправным для распространения клеветнических слухов, а само событие толковалось как

подтверждение достоверности вымыслов. Отмеченные прецеденты показывают, что проблема слухов совсем не нова для тех, кто занимается пропагандой и контрпропагандой.

Прежде всего, слух является феноменом межличностной (реже — публичной), но не массовой коммуникации. Тот факт, что информационные каналы (печать, радио и телевидение) порой становятся источниками слухов или отражают в своей продукции уже циркулирующие слухи, способствуя таким образом их дальнейшему распространению, не меняет главного — обязательности межличностного общения. Непосредственное восприятие реципиентом сообщений СМИ не относится к собственно циркуляции слухов. О слухах можно говорить лишь после того, как некоторый сюжет, даже почерпнутый из продукции массовых средств, становится фактом межличностного общения. Регулярные колонки в журналах («Вашингтонские слухи» в журнале «Ю. С. Ньюс энд Уорлд Рипорт», например) иногда распространяют заведомо недостоверные сообщения в виде инспирированной «утечки информации» в интересах тех, кому это выгодно по политическим мотивам. Сообщения такого рода отнюдь не всегда являются слухами в точном значении этого слова, даже если они названы таковыми.

По своим коммуникативным функциям слухи относятся к типу информативных сообщений, то есть таких, ядро которых составляют сведения о реальных или вымышленных событиях. Понятие «информативность» здесь используется в терминах теории коммуникации, и ни в коей мере не предполагает достоверности сведений. Напротив, факты, ставшие сюжетами, в процессе передачи искажаются иногда до неузнаваемости.

Наконец, для слуха характерно, что передаваемые сообщения эмоционально значимы для аудитории.

Анализ феномена слухов требует выявления ряда характеристик — пространственно-временных, экспрессивных и информационных. Специалист в области психологической войны П. Лайнбарджер писал, что пропаганда посредством слухов состоит в их планомерном использовании для воздействия на ум и чувства группы людей с определенной целью, военной или политической.

Очерчивая функциональное поле слухов в информационно-психологическом пространстве, один из главных специалистов в этой сфере Л. Фараго отмечал, что они могут использоваться для укрепления авторитета их распространителей, инициации недоверия людей друг к другу, порождения сомнения в справедливости собственного дела. Р. Ронин, расширяя целевое поле слухов, пишет, что при ведении активной игры тщательно подобранные слухи запускаются для оптимального распространения правды; создания определенного мнения о событии, ситуации или человеке; подготовки окружающих (путем притупления их реакции) к намеченному деянию; обхождения официальной цензуры; выяснения отношения людей к сообщаемому; разжигания смуты, страха, неуверенности.

Таким образом, слухи являются социально-историческим феноменом, существующем в любой социокультурной среде, и способным формировать и управлять общественным мнением несмотря на то, что является формой межличностного общения.

Мы считаем необходимым в дальнейшем обратить особое внимание на необходимость изучения слухов в контексте определения надежности передачи информации, социальной гигиены, элемента в политической и маркетинговой компаний.